

# Met zijn allen ondernemer... Ja, en dan...?

Dirk De Corte

Ik stam nog uit de generatie Vlamingen voor wie geschiedenis in essentie bestond uit het droogweg uit het hoofd leren van data en feiten. Zo staat 1585 ondubbelzinnig voor 'de Val van Antwerpen', het jaar waarin de Spaanse veroveraar, onder leiding van de hertog van Alva, lelijk huishield in de Scheldestad. Wat volgde was een massale vlucht van de zogenaamde intelligentsia naar het 'Vrije Noorden', waar vrijheid van mening heerste en er daardoor een economisch succesverhaal werd geschreven. Onder die intelligentsia zaten, volgens de handboeken op de middelbare school, 'ondernemers, kunstenaars en intellectuelen' (wat eigenlijk, enigszins onflatteus, suggereert dat het drie distinctieve categorieën betreft).

Nu de bezuinigingswoede in de kunsten volop het noordelijk deel van de Lage Landen treft, spur ik al een tijdje de einder af naar behoeftige intellectuelen die het harde noorden voor het zachte zuiden willen inruilen. Vooralsnog zijn noch op de E19 ter hoogte van Meer vluchtende konvooien waargenomen, noch op het kanaal Gent-Terneuzen noodlijdenden gesignaleerd. Wat in Vlaanderen immers voor een subsidiedebat doorgaat, is niet meer dan een pruttelend potje prut in vergelijking met de grote drooglegging die het noorden treft.

## Ondernemerschap versus subsidie

Twee dingen lopen wat door elkaar heen: ten eerste is er een puur revanchistisch discours tegenover de dure hobby van linkse intellectuelen, een 'Nacht van de Lange Messen'-moment tegenover een gehate volksoort ('de Intellectueel', 'de Kunstenaar') waarbij een 'Kristallnacht-gevoel' wordt gecreëerd, met vermeende voedingsbodem in een soort *gesundes Volksempfinden*. Ik wil het daarbij geeneens hebben over de bedenkelijke legitimiteit hiervan. Het grootste probleem is dat dit helemaal niets met economie en met bezuinigen te maken heeft, al wordt wel geprobeerd om op die humus een economisch discours voor het beknootten van subsidie aan de kunsten te justifiëren. Daarbij valt vaak de term 'ondernemerschap'. Ondernemerschap dat dan als antipode voor subsidie wordt gepresenteerd. Lees: een ontvanger van subsidie is per definitie geen ondernemer.

Nu heeft de vader van de term 'ondernemen', de Oostenrijkse econoom Joseph Schumpeter, al in 1934 in *The theory of economic development* aangetoond dat de herkomst van financiële middelen (subsidie of eigen middelen) helemaal niets met ondernemerschap te maken heeft. Hij stelde al dat het een dwaling is te denken dat elke ondernemer risico neemt, omdat hij eigenlijk dat risico neemt in naam van iemand anders, de kapitaalverstrekker. Verder maakt Schumpeter ook een onderscheid tussen *adaptive behaviour* en

**Dirk De Corte**

is docent aan de Master  
Cultuurmanagement van  
de Universiteit Antwerpen en  
voormalig algemeen directeur  
NTGent

*creative behaviour*: het zich louter aanpassen aan gewijzigde omstandigheden vindt hij onvoldoende om als creativiteit te worden benoemd. En laat creativiteit nu net de eigenschap van een ondernemer zijn. Is de kunstenaar-creatieveling dan niet per definitie al ondernemer?

**Kunst & kapitalisme**

Terwijl de storm van bezuinigingsangst over het land raast en cijfers en economische modellen het kunstenlandschap gaan dicteren, is er aan de overkant, op het veld van de 'echte', 'harde' economie, iets heel interessants aan de hand. Het januarinummer 2011 van de *Harvard Business Review*, deels onder redactie van strategiegoeroe Michael Porter, draagt als titel *How to fix capitalism*. De argumentatie daar is dat het met het kapitalisme helemaal fout gaat als niet heel dringend in bedrijven werk wordt gemaakt van *social value creation* (gemeenschapsvorming). En, *to top it all*, de stelling dat *'not all profit is equal. Profits involving a social purpose represent a higher form of capitalism, one that creates a positive cycle of company and community prosperity.'* We zijn dus, zonder dat we dat vermoedelijk ooit zelf hebben beseft, met de kunsten met een *higher form of capitalism* bezig. Een *higher form* die we wel heel snel willen wegbezuinigen om zagezegd het correcte economische pad in te slaan.

Het aberrante aan de hele redenering is dus dat net op het moment dat het managen van innovatie en creativiteit, wat in de kunsten al duizend jaar gebeurt, de managementuitdaging van de komende decennia wordt, we als kunstenbedrijven gaan ondernemen. Maar dan 'ondernemen old style'. We lijken immers Scrooge uit Dickens' *Christmas Carol* als model te prefereren, en niet Michael Porter, Jim Collins, of wie dan ook. We gooien onze kennis en knowhow over omgaan met creativiteit – waar we dus (Porter indachtig) overduidelijk wel *competitive expertise* in hebben – mee de brandstapel op. Die bedrijfswereld heeft ondertussen in allerlei managementcursussen Jim Collins' *Good to great and the social sectors* (2005) gelezen en op pagina 1 geleerd: *'We must reject the idea – well-intentioned, but dead wrong – that the primary path to greatness in the social sectors is to become more like a business.'*

En net op dat moment probeert die *social sector* ons van het tegendeel te overtuigen. Als men de eigen *unique selling proposition* weggooit, komt er best een nieuwe in de plaats. Maar dan liefst geen die door een ander al bij het oud vuil is gezet.